

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 LATAR BELAKANG MASALAH

*Custom painting* merupakan kegiatan menggambar yang dilakukan dengan menggunakan cat khusus yang memiliki daya rekat tinggi dan kuas sebagai alat menggambar di berbagai media selain kertas, salah satu contoh yaitu jaket *jeans*. (Cahya, 2018) Anak muda Indonesia mulai mengetahui *custom painting* ketika jaket jeans bergambar peta Indonesia di bagian dada dan tulisan Indonesia di bagian punggung yang dikenakan Presiden RI Joko Widodo telah ramai diperbincangkan di sosial media *instagram* saat mengendarai motor *chopperland*. *custom painting* dan juga jaket *jeans* akhirnya mendapatkan respon awal yang baik dikalangan masyarakat Indonesia.

Selain jaket *jeans* kepopuleran sepatu *kets* lokal juga sangat meningkat tak jarang para *artist* mancanegara melakukan *custom* dan kolaborasi dengan beberapa merek sepatu *kets* lokal. Kolaborasi tersebut pun mendapatkan respon yang sangat baik dari para kolektor sepatu, sehingga sepatu *kets* lokal meningkat penjualannya (Firdausya, 2019). Berdasarkan uraian di atas eksistensi dari jaket *jeans* dan juga sepatu lokal sangat tinggi, karena berdampak langsung terhadap perkembangan gaya berpakaian anak muda Indonesia khususnya Yogyakarta.

Yogyakarta menjadi daerah yang secara signifikan pelaku *custom*nya berkembang dengan baik dan Salah satu pelaku *custom* tersebut adalah Rozcustetc, Rozcustetc sudah mengawali karirnya di dunia *percustoman* sepatu dan jaket *jeans* dari tahun 2017 dengan *customan* awal di media jaket *jeans*. Jasa *custom painting* membantu mereka yang memiliki gaya personal yang kuat contohnya para penggemar band, film, olahraga, animasi dan masih banyak lagi. Para penggemar hal hal tersebut kebanyakan memiliki keinginan untuk meluapkannya ke gaya berpakaian mereka.

Potensi ini lah yang menjadikan Penulis ingin mengangkat *custom painting* sebagai jasa baru di Yogyakarta yang sangat dibutuhkan bagi kalangan yang memiliki gaya personal yang kuat. karena memiliki kelebihan tersendiri yaitu desain gambar yang mereka pesan bisa diaplikasikan dengan

tingkat kerumitan yang mereka inginkan di sudut tersulit yang tidak bisa diaplikasikan media lain yang menggunakan cetakan contohnya sablon.



Gambar 1 Hasil customan japan wave

Sumber : Dokumen Pribadi



Gambar 2 Hasil custom karakter pembalap

Sumber : Dokumen Pribadi

Perancangan ini memuat sebuah video promosi yang akan memperkenalkan rozcustetc kepada customer baru yang memiliki karakter seperti yang sudah dijelaskan diatas, video sendiri memiliki rangkuman dari berbagai media yaitu gambar dan suara yang membuat pesan dari sebuah video akan jauh lebih efektif untuk promosi. dengan tujuan untuk mendorong minat para customer baru yang ingin berkreasi dengan menggunakan jasa *custom painting* di media sepatu kets dan jaket *jeans* sebagai contohnya. Mereka yang tertarik menggunakan jasa custom painting selain untuk bergaya juga mereka gunakan untuk kepuasan tersendiri karena sudah memiliki barang yang tidak dimiliki oleh orang lain atau sebagai koleksi pribadi.

Media sosial *Instagram* menjadi pilihan Rozcustetc dalam mempromosikan jasanya, selain memiliki fitur *Instagram ads* yang sangat dibutuhkan dalam promosi, Rozcustetc sendiri kebanyakan menerima pesanan yang didomisai oleh anak muda yang berumur 18-24 tahun yang merupakan sasaran dari target Rozcustetc. Faktanya media sosial Instagram penggunaanya berusia 18-24 tahun menjadi kelompok usia pengguna paling besar di Indonesia, dengan total persentase 37,3 persen atau sekitar 23 juta pengguna (Pertiwi, 2019). Dengan uraian tersebut target *audience* dari video promosi Rozcustetc di Fokuskan untuk mereka yang berusia 18-24 tahun dan hal itu sangat sesuai dengan kriteria target Rozcustetc.

## **1.2 RUMUSAN DAN BATASAN MASALAH**

### **1.2.1 Rumusan Masalah Perancangan**

Berdasarkan latar belakang yang sudah penulis jelaskan diatas, rumusan masalahnya adalah bagaimana merancang Video promosi Rozcustetc *Custom Painting* pada sepatu dan jaket *jeans* yang komunikatif dan artistik.

### **1.2.2 Batasan Masalah Perancangan**

Dalam perancangan video promosi ini lebih dikhususkan kepada mereka yang berumur 18-24 tahun yang sering menggunakan media sosial Instagram dan memiliki gaya personal yang kuat contohnya para penggemar band, film, olahraga, animasi dan masih banyak lagi.

## **1.3 TUJUAN DAN MANFAAT PERANCANGAN**

### **1.3.1 Tujuan Perancangan**

Tujuan perancangan video ini adalah mendorong minat para Target baru yang ingin mencoba jasa custom painting sesuai dengan keinginan mereka dengan media sepatu kets dan jaket jeans sebagai contohnya di daerah yogyakarta.

### **1.3.2 Manfaat Perancangan**

- **Bagi Lembaga STSRD VISI**

Manfaat perancangan ini bagi lembaga STSRD VISI yaitu sebagai *refrensi* bagimahasiswa yang tertarik untuk merancang Tugas Akhir berupa Video iklan tentang custom painting serta mengedukasi para mahasiswa STSRD VISI.

- **Bagi Program Studi DKV**

Manfaat perancangan ini bagi program studi Desain Komunikasi Visual (DKV) yaitu sebagai menambah refrensi video iklan sebagai bahan penelitian

- **Bagi Masyarakat**

Manfaat perancangan video ini bagi masyarakat adalah mengedukasi kepada masyarakat terutama remaja dan dewasa mengenai *custom painting* pada jaket dan sepatu mereka

## 1.4 SKEMA PERANCANGAN

